

leap2market 高阶经理人训练课程

模块 #1: 欧洲客户开发及管理

课程大纲 - 第一天

1. 如何在欧洲作生意

- 欧盟及欧洲主要区域市场
- 欧洲各国商业文化通性及差异
- 欧洲当地关系、人及人脉的重要性
- 在欧洲成功需要什么资源?
- 欧洲人如何看待来自不同国家的供货商?
- 进入欧洲市场的策略
- 执行欧洲市场策略的关键成功要素

2. 如何拟定欧洲市场策略及执行计划

- 正确的欧洲市场情报
 - 我的欧洲终端客户(end customer)是谁?
 - 欧洲客户正在买什么? 完整的产品应包含什么?
 - 欧洲市场的竞争者有谁? 竞争者的欧洲定价策略?
 - 该产品的欧洲市场规模
 - 欧洲渠道结构及特性? 欧洲渠道价值链中重要的影响者有哪些?
 - 欧洲消费者的关键选择考量(Key Selection Criteria)
 - 欧洲渠道价值链中各影响者的关键选择考量(Key Selection Criteria)
- 如何从众多供货商中出线? 如何设定你的欧洲价值诉求(Value Proposition)?
- 如何找出「目前能力」与「需要能力」之间的落差
 - 消除差点的策略及执行计划

3. 欧洲重要客户管理

- 你的重要客户(key customers)应具备的条件
- 如何管理欧洲重要客户？欧洲客户对供货商的期望有哪些？
 - 客户管理
 - 项目管理
 - 服务管理
 - 价值导向销售及响应
 - 公司政治
- 欧洲采购决策的特色
 - 正常(正式)流程
 - 欧洲团队决策中的各角色及其职责
 - 初步筛选、RFI's、RFP's、正式评选、合约协商(contract negotiation)
- 如何引起欧洲客户兴趣并建立信任
 - 了解欧洲客户的业务(business)、组织及影响其决策的驱动元素
 - 如何提出有力的价值诉求
 - 如何展现你的专业及敬业精神，并使欧洲客户相信你是值得长期合作的伙伴

3A. 案例练习

- 应用第一天课程所学，例如：1) 上述第二项(拟定欧洲策略及执行计划)，2) 上述第三项 (讨论学员于实务中所面临之特定问题及因应之道)

第二天

4. 于欧洲销售的特定销售技巧及程序
 - 搜集欧洲客户情报
 - 评估该欧洲客户机会
 - 制定竞争策略
 - 找出该欧洲客户内部的主要影响者 - 公司政治
 - 与欧洲公司建立关系的策略 – 权力地图
 - 欧洲销售程序管理
5. 课程应用 – 分组讨论
6. 总结
 - 重点归纳
 - 问题讨论
 - 课程意见